

出國報告（出國類別：考察）

考察 2018 年第 29 屆香港書展出國報告

服務機關：文化部
姓名職稱：游惠容科長、鄭怡恬科員
派赴國家/地區：香港
出國期間：107 年 7 月 17-19 日
報告日期：107 年 9 月 14 日

提要表

系統識別號：	C10701669																						
相關專案：	無																						
計畫名稱：	考察 2018 年第 29 屆香港書展																						
報告名稱：	考察 2018 年第 29 屆香港書展出國報告																						
計畫主辦機關：	文化部																						
出國人員：	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">姓名</th> <th style="width: 15%;">服務機關</th> <th style="width: 15%;">服務單位</th> <th style="width: 15%;">職稱</th> <th style="width: 15%;">官職等</th> <th style="width: 20%;">E-MAIL 信箱</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>游惠容</td> <td>文化部</td> <td>人文及出版司</td> <td>科長</td> <td>薦任(派)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>鄭怡恬</td> <td>文化部</td> <td>人文及出版司</td> <td>科員</td> <td>薦任(派)</td> <td>聯絡人： appak@moc.gov.tw</td> </tr> </tbody> </table>					姓名	服務機關	服務單位	職稱	官職等	E-MAIL 信箱	游惠容	文化部	人文及出版司	科長	薦任(派)		鄭怡恬	文化部	人文及出版司	科員	薦任(派)	聯絡人： appak@moc.gov.tw
姓名	服務機關	服務單位	職稱	官職等	E-MAIL 信箱																		
游惠容	文化部	人文及出版司	科長	薦任(派)																			
鄭怡恬	文化部	人文及出版司	科員	薦任(派)	聯絡人： appak@moc.gov.tw																		
前往地區：	香港																						
參訪機關：	第 29 屆香港書展，誠品書店（銅鑼灣店），樂文書店（旺角店），三聯書店（灣仔文化生活薈）																						
出國類別：	考察																						
實際使用經費：	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">年度</th> <th style="width: 25%;">經費種類</th> <th style="width: 25%;">來源機關</th> <th style="width: 25%;">金額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>107 年度</td> <td>本機關</td> <td>文化部</td> <td>79,982 元</td> </tr> </tbody> </table>					年度	經費種類	來源機關	金額	107 年度	本機關	文化部	79,982 元										
年度	經費種類	來源機關	金額																				
107 年度	本機關	文化部	79,982 元																				
出國計畫預算：	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">年度</th> <th style="width: 25%;">經費種類</th> <th style="width: 25%;">來源機關</th> <th style="width: 25%;">金額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>107 年度</td> <td>本機關</td> <td>文化部</td> <td>83,338 元</td> </tr> </tbody> </table>					年度	經費種類	來源機關	金額	107 年度	本機關	文化部	83,338 元										
年度	經費種類	來源機關	金額																				
107 年度	本機關	文化部	83,338 元																				
出國期間：	民國 107 年 07 月 17 日 至 民國 107 年 07 月 19 日																						
報告日期：																							
關鍵詞：	香港書展，書展，出版，書店，獨立出版，展覽																						
報告書頁數：	30 頁																						
報告內容摘要：	<p>出版是國力，也是文明的指標，出版和言論自由息息相關，代表一個社會的思想及價值，創作出版、通路市場的自由、創意知識、多元文化，向來是臺灣最珍貴的資產。另一方面，出版是文創產業跨界結盟的源頭，藉由多元出版品之核心價值及內容，運用於其他內容產業。推動臺灣出版產業全面發展，強大出版產業，對外傳遞臺灣文化的核心價值，是本部念茲在茲、全力推動的關鍵政策。臺灣、香港、中國大陸及東南亞華人地區同屬華文閱讀市場，特別是香港與臺灣均同以正體中文為主流，為臺灣圖書輸出的最重要市場。因此，臺灣出版業者積極參加香港書展，從未間斷，文化部成立後持續協助業者組團參展、開拓海外華文市場，並輔導業者舉辦文學交流、獨立書店及獨立出版之交流活動，擴散臺灣文化經驗及出版自由之精神，不僅出版產業獲得實質效益，文化交流層面亦獲得廣大回響。今年本部持續輔導業者參加第 29 屆「香港書展」，設立「台灣出版人」專區，並以「GO 台灣 FUN 閱讀」為主軸，再依「讀字台灣」、「閱</p>																						

	<p>讀台灣」及「文化台灣」設三大特色主題展區，協同各重要參展業者展出萬種以上、逾 28 萬冊圖書。本部透過實地參與書展，瞭解書展辦理情形，以及與參展業者、當地藝文界人士交流，並參訪誠品書店、樂文書店及三聯書店等，實地觀察實體銷售通路，以瞭解香港出版市場。本次參加書展發現，臺灣圖書在香港頗受歡迎，於市場佔有一席之地，香港書展亦為臺灣出版與港澳、大陸讀者交流之重要平台，未來仍應持續輔導出版業者經營香港市場，維持現有優勢及商機，並透過加強主題策展及展位整體設計，突破書展以價格戰競爭之窠臼，並促增更多文學及出版交流，以「華語地區最自由開放的出版文化」優勢，拓展海外華語市場，讓「台灣出版人」專區成為香港書展中的文化亮點。</p>																							
<p>報告建議事項：</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="411 622 1129 674">建議事項</th> <th data-bbox="1129 622 1300 674">狀態</th> <th data-bbox="1300 622 1450 674">說明</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="411 674 1129 757">持續支持業者參加香港書展，市場取向與文化交流併進</td> <td data-bbox="1129 674 1300 757">已採行</td> <td data-bbox="1300 674 1450 757"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="411 757 1129 797">推動參展業者強化主題策展及整體設計</td> <td data-bbox="1129 757 1300 797">已採行</td> <td data-bbox="1300 757 1450 797"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="411 797 1129 837">鼓勵活用網路、新媒體，並增加場內亮點活動</td> <td data-bbox="1129 797 1300 837">已採行</td> <td data-bbox="1300 797 1450 837"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="411 837 1129 920">持續支持獨立書店及獨立出版團體海外參展及國際交流</td> <td data-bbox="1129 837 1300 920">已採行</td> <td data-bbox="1300 837 1450 920"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="411 920 1129 963">爭取較佳區位及降低展位費用</td> <td data-bbox="1129 920 1300 963">已採行</td> <td data-bbox="1300 920 1450 963"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="411 963 1129 1046">持續觀察香港書展之展後發展，並導引業者重新思考參展策略</td> <td data-bbox="1129 963 1300 1046">已採行</td> <td data-bbox="1300 963 1450 1046"></td> </tr> </tbody> </table>			建議事項	狀態	說明	持續支持業者參加香港書展，市場取向與文化交流併進	已採行		推動參展業者強化主題策展及整體設計	已採行		鼓勵活用網路、新媒體，並增加場內亮點活動	已採行		持續支持獨立書店及獨立出版團體海外參展及國際交流	已採行		爭取較佳區位及降低展位費用	已採行		持續觀察香港書展之展後發展，並導引業者重新思考參展策略	已採行	
建議事項	狀態	說明																						
持續支持業者參加香港書展，市場取向與文化交流併進	已採行																							
推動參展業者強化主題策展及整體設計	已採行																							
鼓勵活用網路、新媒體，並增加場內亮點活動	已採行																							
持續支持獨立書店及獨立出版團體海外參展及國際交流	已採行																							
爭取較佳區位及降低展位費用	已採行																							
持續觀察香港書展之展後發展，並導引業者重新思考參展策略	已採行																							
<p>電子全文檔：</p>																								
<p>附件檔：</p>																								
<p>限閱與否：</p>	否																							
<p>專責人員姓名：</p>	吳佩璇																							
<p>專責人員電話：</p>	02-85126000 分機 6765																							

摘要

出版是國力，也是文明的指標，出版和言論自由息息相關，代表一個社會的思想及價值，創作出版、通路市場的自由、創意知識、多元文化，向來是臺灣最珍貴的資產。另一方面，出版是文創產業跨界結盟的源頭，藉由多元出版品之核心價值及內容，運用於其他內容產業。推動臺灣出版產業全面發展，強大出版產業，對外傳遞臺灣文化的核心價值，是本部念茲在茲、全力推動的關鍵政策。

臺灣、香港、中國大陸及東南亞華人地區同屬華文閱讀市場，特別是香港與臺灣均同以正體中文為主流，為臺灣圖書輸出的最重要市場。因此，臺灣出版業者積極參加香港書展，從未間斷，文化部成立後持續協助業者組團參展、開拓海外華文市場，並輔導業者舉辦文學交流、獨立書店及獨立出版之交流活動，擴散臺灣文化經驗及出版自由之精神，不僅出版產業獲得實質效益，文化交流層面亦獲得廣大回響。

今年本部持續輔導業者參加第 29 屆「香港書展」，設立「台灣出版人」專區，並以「GO 台灣·FUN 閱讀」為主軸，再依「讀字台灣」、「閱讀台灣」及「文化台灣」設三大特色主題展區，協同各重要參展業者展出萬種以上、逾 28 萬冊圖書。本部透過實地參與書展，瞭解書展辦理情形，以及與參展業者、當地藝文界人士交流，並參訪誠品書店、樂文書店及三聯書店等，實地觀察實體銷售通路，以瞭解香港出版市場。

本次參加書展發現，臺灣圖書在香港頗受歡迎，於市場佔有一席之地，香港書展亦為臺灣出版與港澳、大陸讀者交流之重要平台，未來仍應持續輔導出版業者經營香港市場，維持現有優勢及商機，並透過加強主題策展及展位整體設計，突破書展以價格戰競爭之窠臼，並促增更多文學及出版交流，以「華語地區最自由開放的出版文化」優勢，拓展海外華語市場，讓「台灣出版人」專區成為香港書展中的文化亮點。

提要表.....	3
摘要.....	5
壹、前言.....	7
一、國內、外環境情勢分析.....	7
二、與參訪主題相關之本部政策現況分析.....	8
三、參訪緣由與目的.....	9
貳、行程安排及參訪議題.....	10
一、參訪行程.....	10
二、參訪議題及內容.....	10
參、參訪心得.....	11
一、參訪蒐集資料.....	11
二、臺灣業者參展情形.....	14
三、參訪香港特色書店.....	21
四、書展的觀察.....	24
肆、建議事項.....	31
一、立即可行建議.....	31
二、中長程建議.....	33

壹、前言

一、國內、外環境情勢分析

(一) 國內產業困境正待突破

我國出版產業因整體銷售自 101 年逐年下降後，面臨發展困境，引起出版業界的關切及討論，本部檢視過去出版政策辦理成效、出版產業及輿論對產業及政策之反映，邀請出版業、作家及通路等相關業者辦理多場諮詢會議，據以擬定「出版產業振興方案」，針對產業鏈各環節之困境提出輔導及扶植措施。

據財政部統計資料顯示，106 年我國「書籍出版業」銷售額總計約 187.4 億元，較 105 年約 185.6 億元增加 1%，「數位書籍出版業」約為 3.32 億元，較 150 年 3.23 億元成長約 2.79%，稍有止跌趨勢。107 上半年，1-5 月我國產業上游之雜誌（期刊）出版、數位雜誌（期刊）出版、書籍出版、數位書籍出版，整體銷售額較上年同期表現相比，雜誌（期刊）出版及數位書籍出版分別衰退 2.10%、3.62%，其餘出版行業呈現成長。未來仍將積極推動中長程計畫，期整體銷售情形能持續成長。¹

(二) 國外華文市場面臨挑戰

國內出版產業市場規模有限，出版社家數多，新書出版密度高，為擴大產值、永續發展，亟需開拓海外市場。我國各類圖書年出口總值呈持續走高發展，由 103 年新台幣 23 億元成長至 104 年新臺幣 25.8 億元，105 年進一步揚升至新臺幣 35.6 億元，106 年再成長為 39.8 億元。

在出口國家分布方面，同為華文的港澳、中國大陸及東南亞華人地區等，為出版業者優先經營之海外市場。105 年圖書出口金額方面，以香港所占比率最高（31.4%），其次為日本（27.4%）、中國大陸（17.9%）及馬來西亞（8.1%）；106 年香港則為我國圖書出口金額第 2 高之地區²。

近年來面臨書籍閱讀市場縮小、數位化浪潮及華文市場正、簡體字的競合等環境趨勢，臺灣出版產業的海外行銷面臨更多挑戰，需結合政府海外布點及相關資

¹引自本部委託財團法人臺灣經濟研究院執行《106 年臺灣出版產業調查》之研究。

² 105 年資料引自本部《105 年臺灣出版產業調查》；106 年資料同註 1。

源，協助業者拓展海外商機。

二、與參訪主題相關之本部政策現況分析

(一)出版政策

為提振文化經濟，本部「出版政策」已列入本部重要施政計畫項目，如何強化國家社會的出版力、全民的閱讀力來推廣人文思想及深化文化內涵，並帶動臺灣所有以知識為基礎的產業，是當前國家文化發展的重要課題，實施內容包括 6 大項：

- 1、帶動國民閱讀
- 2、促進產業發展之良性循環及資訊流通
- 3、建立友善的創作環境
- 4、促進跨界合作與多元運用提高資金來源
- 5、應用數位與科技擴大圖文出版的市場性
- 6、鎖定全球市場需求制定出版輸出策略

其中，為擴大出版市場版圖、促進版權交易，提升文化能見度，透過第 6 大項之輸出策略：國際版權行銷計畫、辦理翻譯出版補助計畫、輔導出版業者海外參展及支持出版業者開拓華文市場等，延續過去參與海外書展之成果，持續向海外拓展市場。並為因應兩岸在國際華文出版市場的競爭，應在以創新、多元見長之優勢基礎上，強化輸出至華文地區。而港澳及大陸地區無疑是華文最大市場，故應掌握正體中文優勢，輔導業者參加港澳、大陸及其他華文市場之各類書展。此外，繼續鞏固獨立出版與獨立書店創造的出版文化多樣性，並以「華語地區最自由開放的出版文化」優勢，拓展海外華語市場。

(二)研訂海外書展補助作業要點

為推展我國出版事業，樹立臺灣文化及出版品牌形象，協助業者拓展海外市場及版權銷售，提升國際能見度及影響力，並為提升海外參展品質，本部研議訂定「海外書展補助作業要點」，導引業者海外參加各類書展，結合作家、文學跨界作品、主題特陳或數位展示等立體化策展方式，提升參展品質，形塑臺灣在華文社會之品牌優勢。

三、參訪緣由與目的

本（29）屆香港書展於 106 年 7 月 18 日至 24 日於香港會議展覽中心舉行，香港素來為臺版圖書的重要市場，「香港書展」係亞洲地區華文市場重要大型「銷售型」書展之一，亦為臺灣圖書銷售至香港及中國大陸之重要平臺，為維持臺灣圖書在香港之優勢及文化影響力，臺灣出版社參與「香港書展」實有其重要性。

本屆書展除臺灣個別業者承租展位外，本部補助「中華民國出版事業協會」，由該協會整合「中華民國圖書發行協進會」及「台北市出版商業同業公會」，共同徵集臺灣出版品參展銷售。為瞭解臺灣業者參展情形，以做為推動臺灣出版行銷之參考，爰派員隨團參訪。

貳、行程安排及參訪議題

一、參訪行程

	拜會單位	會晤要旨
7/17 (二)	香港光華新聞中心	就本年度臺灣出版業者參展情形、媒體聯繫情形及未來可能合作方式進行洽談
	臺灣參展業者	瞭解臺灣參展業者佈展情形
	臺北經濟文化辦事處 香港媒體	推廣臺灣參展業者展出特色
7/18 (三)	參觀香港書展	展書內容、周邊活動、銷售狀況、參展效益評估等
	香港貿易發展局	就本年度香港書展規劃、臺灣出版業者參展情形、未來參展合作等進行洽談
	參觀香港書展	書展銷售狀況、參展效益評估及香港數位出版發展情形等
7/19 (四)	參訪香港特色書店：誠品（銅鑼灣店）、樂文書店（旺角店）、三聯書店（灣仔文化生活薈）	主題性、書籍類型、經營模式、來客特色
	臺灣參展業者	銷售狀況、參展效益評估等

二、參訪議題及內容

- (一) 實地瞭解香港書展辦理情形。
- (二) 實地瞭解香港書展「台灣出版人」展區佈展及臺灣出版業參展情形。
- (三) 透過實地參與書展活動，以及與香港當地文學界、媒體交流，推廣臺灣出版參展特色，並增進對香港華文出版市場的瞭解。
- (四) 參訪香港誠品書店、獨立書店及連鎖書店等，透過實地觀察實體銷售通路，以增進對香港華文出版市場的瞭解。

參、參訪心得

一、參訪蒐集資料

(一) 香港書展辦理情形

香港書展（Hong Kong Book Fair）由香港貿易發展局主辦，自1990年起每年7月在香港會議展覽中心舉行，首屆僅有149家參展商，參觀人次20萬，本（29）屆香港書展於107年7月18日至24日於香港會議展覽中心舉行，共容納全球39個國家及地區的680家參展商³，參展家數為歷年最多，參觀人數達104萬⁴。

香港書展為「銷售型」書展，主要展區皆為實體書籍銷售區，分為一館（1樓）及三館（3樓）共14個展區，包括綜合書刊館、英語世界、國際文化村、兒童天地及電子書及電子學習資源區等，提供適合各年齡層和喜好的書籍，7天展期於場內共舉辦310場包含講座、表演、朗讀等文化活動。



圖 1：香港書展入口處之展區介紹

³ 香港書展網站，<http://hkbookfair.hktdc.com/tc/Press/Press-Releases/2018jul18.html>

⁴ 香港書展網站，<http://hkbookfair.hktdc.com/tc/About-Book-Fair/Book-Fair-Retrospective.html>

一館綜合書刊館展售與年度主題相關叢書、雜誌、各出版社新書及各式暢銷書，三館「兒童天地」展區共進駐超過 200 家參展商⁵，展出適合不同年齡兒童的益智讀物和教材。另外，除聚焦華文作品之餘，書展亦致力鼓勵廣大讀者閱讀外語書籍，從而拓闊視野。「國際文化村」包含法國、德國、意大利以及今年新加入的奧地利、捷克、希臘及愛爾蘭等 33 個國家及地區參展；向來深受讀者歡迎的日本館規模打破歷屆紀錄，共有 17 個日本縣市聯合日本國家旅遊局，及日本四大出版社之一的角川出版，帶來當地書籍、文化產品，以及虛擬實境動漫聖地之旅體驗等。並繼續透過「世界視窗講座系列」，帶領讀者以閱讀打開通往世界的一扇窗，邀請西班牙、法國、拉托維亞等地作家，分享當地文學歷史、創作心得等。

本年度主題為「愛情文學」，主辦單位以「從香港閱讀世界 問世間情是何物」點題，大會希望藉着年度主題，讓讀者發掘更多優秀及不同風格的作者和作品，進而希望帶出傳承的精神。配合年度主題，於「文藝廊」設有「文間有情」展覽，向讀者介紹了不同年代具代表性的愛情文學作家，並舉辦作家講座、新書推介會等。

設於會展 3 樓的「文藝廊」，除配合年度主題的「文間有情」展覽外，另有「絲路光影」展區與《國家地理》雜誌（National Geographic）合作；「中華文化漫步——浙江行」由該省傳媒及機構大力支持，推廣當地文化；「文化瑰寶－粵劇」展區展出粵劇特刊、戲服、戲橋等藏品，亦在小舞台上演粵劇折子戲，多元呈現粵港特有的非物質文化遺產。

今年書展繼續與《明報》及《亞洲週刊》合辦「名作家講座系列」，廣邀華文世界知名作家主持講座，與讀者分享文學深義。臺灣知名作家龍應台、駱以軍、幾米、胡晴舫、蔡智恆和李戡等，皆應邀參與各項講座，與參觀民眾分享創作歷程與人生智慧。

除書展內活動，主辦單位並串連香港各大書店、教育及文化機構、商場及咖啡廳等處，舉辦第 7 年的



圖 1：書展結合周邊活動「文化七月 悅讀夏季」之地鐵文宣

⁵ 香港書展網站，<http://hkbookfair.hktdc.com/tc/Press/Press-Releases/2018jul18.html>

「文化七月 悅讀夏季」，於 6 月底至 7 月底舉辦染紙技術分享會、作家分享會、親子閱讀工作坊、故事劇場、展覽和工作坊等文化活動，讓書展走出會場，推動香港閱讀風氣。香港書展與「文化七月 悅讀夏季」共辦理超過 640 場文化活動，累計參與人次超過 30 萬人次。另，書展期間同展館亦舉辦第 2 屆「香港運動消閒博覽」，持該展覽門票民眾可免費參觀香港書展，進一步引領書展參觀熱潮。

大會於書展期間委託研究機構，抽樣訪問逾 820 位參觀人士，受訪者預計在書展的花費平均為 810 港幣；最多受訪者打算來書展購買最新書籍（79%），亦有 41% 的受訪者希望來享受購書折扣優惠。閱讀習慣方面，98% 受訪讀者在過去一個月有閱讀紙本書籍，平均閱讀時數為 22 小時，較去年調查結果減少 1 小時。絕大部份受訪者在過去一年有購買紙本書籍，全年平均消費為 1,412 港幣。讀者最常閱讀的三類書籍分別為小說（64%）、文學（39%）及旅遊（33%）。另外，有六成的受訪者在過去一個月有閱讀電子書，平均閱讀電子書時間為 20 小時，較去年少 2 小時。

（二） 國際出版論壇

書展首日（7 月 18 日）在香港書展內舉行之「國際出版論壇」，本屆以「高科技下的出版新形態⁶」為題，邀請講者包括：知識服務產業專家、快知實驗室合夥人方軍；數位學習領域專業出版人、培生香港高級出版經理梁若莓；網路文學版權營運專家、閱文集團高級副總裁羅立，分別從「知識付費」、「人工智慧」及「電子閱讀」分享科技對出版業的影響與經驗。

方軍探討網際網路時代的知識付費發展潛力，尤其個性化且能匯集相同興趣者形成網路社群的付費訂閱專欄，正形成主要市場。方軍表示，比起在家中看電影、健身及喝咖啡，民眾更喜歡到電影院、健身房和咖啡廳等社交環境從事上述活動，網路環境中也是如此，許多讀者喜歡就正在閱讀的內容作出分享和討論，因此付費知識產品成功的關鍵，在於引導線上使用者採取行動、提供互動體驗，以及利用合適的應用程式作溝通與分享。

隸屬於培生（Pearson）集團的朗文（Longman），以出版學前至高等教育的英語教科書聞名，培生香港高級出版經理梁若莓分享了該公司如何與 IBM 及微軟合作，將人工

⁶ 香港書展網站，<http://hkbookfair.hktdc.com/tc/Press/Press-Releases/2018jul20.html>

(AI) 應用於高等教育和小學的英語學習。

培生與 IBM 合作，將 IBM 的人工智慧引擎 Watson 應用於培生的高等教育平台上。Watson 允許培生自定課程，以符合每位學生的需求和能力，並提供虛擬的一對一輔導，就課程內容出題，並給予每位學生提示及資訊，以引導他們學習；教師可透過系統所提供的數據，去了解學生的個人需要。培生與微軟合作於 2017 年推出 Longman English + 英語學習應用程式 (app)，整合朗文的 Welcome to English 系列與微軟的人工智慧技術。該應用程式使用了複雜的運算技術，內容涵蓋詞彙、聽力或口語和拼音，系統針對各領域出題並記錄學生的回答，再給予客製化回應，於今年在中國試用。

閱文集團高級副總裁羅立則分析數位閱讀的發展趨勢，認為閱讀仍滿足了大眾對知識及娛樂的渴望，只是科技，尤其人工智慧，改變了鎖定讀者群的方式。

羅立表示，閱文集團利用科技提供各種閱讀相關服務，除了提供網路文學平台，並網上積累了大量的歷史和其他資料，幫助作者提高寫作效率。網路文學行銷方面，則運用社群軟體 (微信)、關鍵意見領袖 (KOL, KEY OPINION LEADER) 以及虛擬人物進行宣傳，有效控制成本及提升影響力，並使用人工智慧技術即時回饋讀者。大數據分析則用於蒐集讀者閱讀資訊，分析後除可進行作品在不同地點、年齡、性別等條件下之受歡迎程度，更可用於推薦符合讀者閱讀習慣之內容，近似購物網站使用之推薦技術。另，科技為線上閱讀帶來更多互動選擇，如有聲書、機器人閱讀、AR 或 VR 技術之應用，可提升閱讀體驗，並擴增了多元閱讀的可能性，讓更多創意變得可行。

羅立總結指出：「閱讀體驗會改變，我們需要拓寬視野，將科技融入體驗中。」

上開論壇實況已上傳網站，持續提供各界參考。

二、臺灣業者參展情形

(一) 規劃面

1、業者整合參展

本年度香港書展之「台灣出版人」專區，由中華民國圖書出版事業協會與中華民國圖書發行協進會及台北市出版商業同業公



圖 2：臺灣參展業者展位外觀以「GO 台灣・FUN 閱讀」作為參展識別圖像

會攜手合作，經本部輔導應採整體形象參展，統一以「GO 台灣・FUN 閱讀」作為展台設計之識別圖像，再依不同主題分成「**讀字台灣**」、「**閱讀台灣**」、「**文化台灣**」三大特色主題展區。分屬不同區域的各個展區除了可藉由一致性的意象呈現來增強台灣展區識別度，達成連結展區的目的，同時也能以此展現臺灣出版人齊心團結的氣勢。

「台灣出版人」專區共承租 86 個展位、總面積 774 平方公尺，參展出版社家數 277 家，參展圖書逾 1 萬 9 千種、28 萬冊。展出內容包含了獨立出版社多元議題書籍，近 1 年博客來、誠品、金石堂等通路暢銷排行榜新書，還有金鼎獎、金漫獎主題書等，多元豐富的優質出版品，充分展現臺灣文化軟實力。



圖 3：「台灣出版人」專區參展作品

2、光華新聞文化中心協助媒體宣傳

光華新聞文化中心每年均積極協助臺灣出版業參加香港書展，今年亦循例協助聯繫媒體宣傳事宜，除展前對外發布新聞稿，並安排參展業者、作家與香港當地媒體記者、藝文人士會晤，推動臺港兩地出版文化交流：

光華新聞文化中心新聞稿 2018/07/12

共享豐富多彩、多元融合的「臺灣文學書香市集」

2018 香港書展，將於 7 月 18 至 24 日假香港會議展覽中心舉行。來自臺灣的參展單位包括中華民國圖書出版事業協會、中華民國圖書發行協進會、臺北市出版商業同業公會組團參加。持續本諸「GO 台灣・FUN 閱讀」的主題，設立臺灣出版人專區，分別以「**讀字臺灣**」、「**閱讀臺灣**」、「**文化台灣**」多元角度，呈現臺灣多元融合的出版風格和特色。

中華民國圖書出版事業協會於會場 1 館「臺灣出版人」專區設有「**讀字臺灣**」主題區，特別與「**讀字攤位**」超過 30 間類型各異的小型／微型出版單位的獨立出版聯盟共同合作，展現臺灣包容、開放多元文化價值。運用小而靈活，創意獨具的獨立出版社長

處，以獨特的風格及對目標群眾的了解，深入與特定族群溝通，培養默契互動，建立忠實的讀者群，期望以其獨有的趣味及創意，打動香港讀者的心。

中華民國圖書發行協進會則以「閱讀臺灣」為主題，分別在 1 館及 3 館設展，展出近一年博客來、誠品、金石堂等通路暢銷排行榜新書，包含：文學創作、心理勵志、翻譯文學、語言學習、商業管理、養生保健、食文風格、旅行遊記、手作生活、設計品味、親子教養、兒童繪本等各類型多元書種。參與展出出版社共計超過 120 家，展出約 2,882 種、42,000 冊豐富圖書，希望藉由香港圖書出版產業界的年度盛會，將臺灣最新、最好的出版品帶來與香港讀者分享，並做即時且近距離接觸。

台北市出版商業同業公會於 3 館設「文化臺灣」主題區，並分兩大區塊：一為得獎展示專區，以臺灣在去年及今年各種得獎的出版品獎項為主，如金鼎獎、金漫獎及 BFT(Book From Taiwan)主題書；另一為臺版暢銷出版專區，展售本季新書、及年度暢銷書、親子繪本、人文社科出版品，邀請 180 家出版社，共計展出 38,480 冊精彩圖書。希望藉此展會能夠滿足香港讀者藉此機會，更熟悉了解臺灣年度出版產業的出版現況。

此外，1 館「臺灣出版人」專區另有大塊文化、時報文化、讀書共和國……等多家重要出版社，包括國立大學出版中心等獨立參展。其中，今年第 5 度參展的國立大學出版社聯展，以「夏日共讀 七月·相約香港」為題，與大家分享來自臺灣學術界的出版品，內容顯現出對於土地、人群、事物的愛與關懷，探究不同領域所關切的議題。並配合年度主題，特別展出了如政治大學和臺北藝術大學翻譯法國愛情喜劇《愛情·祕密·謊言／長舌婦》、《莫理哀守財奴》；以中國經典文學《紅樓夢》為主題，臺灣大學推出《大觀紅樓（正金釵卷）》；成功大學《穿越荒野的女人——華文女性小說世紀讀本》、清華大學《相見不如不見》。張曼娟的《我輩中人》，體會中年人對愛與幸福的看法；翻翻《做工的人》，看看臺灣建築工地第一線「現場工程師」對生命的熱愛。還有許多對生命、生態、生活充滿熱愛的出版品，都能在臺灣出版人專區三個不同主題區可挖掘到，另遠景出版發行人葉麗晴及青年作家貓眼娜娜也將參加書展相關活動，邀請香港民眾夏日共享臺灣書香文風。

同時，臺灣作家如龍應台、駱以軍、幾米、胡晴舫、蔡智恆(痞子蔡)、李勤等均將陸續抵港並參加書展活動與座談，也是本屆書展活動中備受讀者與書友們所矚目的亮點。

本次臺灣參展活動獲得中央通訊社、BBC、文匯報、信報、聯合新聞網、大紀元時報……等多篇報導。

(二) 執行面

1、各展區辦理情形

(1) 「讀字台灣」：

中華民國圖書出版事業協會與獨立出版聯盟合作的「讀字台灣」展區主要展示獨立出版聯盟成員如：唐山、洪範、九歌、群學、凱特、二魚、一人出版社、逗點文創結社、南方家園、基本書坊、黑眼睛文化、小寫出版、開學文化、沐風文化、游擊文化、飛文工作室、奇異果文創、方寸文創、奇果文創工業、斑馬線文庫、引號文創、松鼠文化、黑潮文化、愛文社、慢工出版、北極之光、避風港文化、柳橋出版、目色出版、季風帶文化等，約 30 家出版單位之多元類型出版品。



圖 5：「讀字台灣」佈置方式以書為中心

(2) 「閱讀台灣」：

中華民國圖書發行協進會分別在一館4個展位及三館10個展位。此次參展出版社共計超過120家，參展書目參考博客來、誠品、金石堂等通路暢銷排行榜並做大數據的比對，現場展售自2017年7月至2018年6月出版的新書，包含：文學創作、心理勵志、翻譯文學、語言學習、商業管理、養生保健、食文風格、旅行遊記、手作生活、設計品味、親子教養、兒童繪本等各類型多元書種。



圖 6：「閱讀台灣」展書豐富多元

(3) 「文化台灣」：

台北市出版商業同業公會表示，根據調查顯示，小說、文學、旅遊、漫畫、兒童讀物是香港書展熱門銷售之臺灣書籍，故參展圖書種類包括臺灣文學創作、人文史地、暢銷排行榜、兒童書籍等，提高臺灣出版品能見度，促進學術出版品專業交流，並凸顯臺灣出版優勢童書，為臺灣出版產業帶來廣宣及實質收益。「文化台灣」展區延續去年推動本部出版相關政策成果的展示概念，設置「金鼎獎書區」及「金漫獎書區」，向參觀民眾介紹該二獎項之意義，將獲獎優質書籍導入香港書展。

(4)各別參展業者：

一館「台灣出版人」專區尚有大塊文化、時報文化、閣林文創、希伯崙、聯合發行、美工科技、耕林、永續圖書、信實文化、遠景、讀書共和國、五南、臺灣大學出版中心、國立大學出版社聯展、風物語及楓愛林等設獨立展位參展。



圖 7：「文化台灣」的金鼎獎及金漫獎專區



圖 4：大塊文化出版



圖 5：臺灣大學出版中心

除一、三館「台灣出版人」專區以外，亦有臺灣代表性漫畫出版社「東立」及「尖端」自行分別於一、三館參展。



圖 6：東立出版



圖 7：尖端出版

(5)其他

有部分業者係由香港當地代理商（或進口商）為其設專區之模式，在書展期間加強推廣行銷；另外，亦有不少香港當地進口商在書展現場專門銷售臺灣圖書。



圖 8：小魯文化



圖 9：香港當地進口商專營臺版書

(三) 效益面

對香港民眾而言，這一年一度的書展活動除了能滿足看書、買書的需求，也是每年暑假的最佳休閒活動之一；他們能在展會中盡情翻看各類臺版圖書，同時購買心儀的書籍。

中華民國圖書出版事業協會表示，此次展會至少有 10 萬人次參觀本次的臺灣展區的展位，除可提升臺灣出版品銷售，並可促進與會業者交流，增加銷售與新書拓展之機會。雖因兩岸政治情勢不穩定，香港媒體對香港書展臺灣展區的報導篇幅明顯減少，然因臺灣展區多考量整體形象呈現，講求設計與整齊陳列，與香港書展一般旨在出清存貨之展位大不相同，故媒體之疏離對「台灣出版人」專區吸引力之影響有限。

據三公、協會所提供資料，本次香港書展「台灣出版人專區」整體效益如下：

總預算 (新臺幣/ 千元)	展位 數	參展出 版家數	參展圖 書種數	參展圖 書冊數	版權合作 意向(估) (家/本)	現場銷 售金額 /千元	版權交 易金額 (估)/ 千元	經濟效益 (新臺幣/ 千元)
748,6342	86	277	19,882	282,000	12/100	24,800	5,800	30,600

「讀字台灣」展區雖然折扣（9 折）遠高於現場其他展位，但因題材新穎、風格獨具，銷售成績亮眼，七天展期銷售超過六成的圖書，可見低價促銷不是提高業績的唯一方式，即使在近年來以低價銷售至上的香港書展，精緻多元的出版品依舊有其無可取代的魅力。另據業者團體工作人員透露，據過去參展經驗，香港書展展期之銷售額甚至可達台北國際書展期間銷售額之 2 倍，故多年來協會持續協助臺灣業者參展。

三、參訪香港特色書店

(一) 誠品書店（銅鑼灣店）

香港主要連鎖書店為：三聯書店、商務印書館、中華書局、大眾書局及誠品書店等五家，除了誠品書店是近 2 年才加入以外，都在香港經營了相當久的時間。銅鑼灣店是誠品書店的第一家海外據點，開設於 101 年，佔地 3 層樓、總面積超過 4 萬平方呎，內含 10 萬種書目、30 萬冊書籍，為香港最大、書種最齊全的書店。

走進誠品，臺灣味悄悄蔓延。

內部陳設和氛圍皆與臺灣誠品書店類似，除了書店也有許多文創商品，其中不乏臺灣知名品牌如阿原肥皂、王得傳茶莊、天仁茗茶，也有販賣臺灣農產品的攤位。走廊牆上大大的文字「在

書與非書之間，我們閱讀（Books, and Everything in Between）」，與誠品集團願景不謀而合：「期許成為華人社會最具影響力且獨具一格之文創領先品牌，並對提升人文氣質積極貢獻。」

如今誠品賣的不只是書，而是一種由書本衍生的氣質與文化；即使所選書籍和商品來源眾多，但作為土生土長的臺灣文化事業，誠品似乎不曾停止試圖在海外傳遞本土文化。



圖 10：彷彿台灣的誠品書店內部



圖 11：深具誠品文化風格的標語

(二) 樂文書店（旺角店）



圖 16：車水馬龍旁的樂文書店

樂文書店（旺角店）位於西洋菜南街一棟綜合商業大廈的 3 樓，正是人聲鼎沸、霓虹燈林立的鬧區，是香港所謂「二樓書店」⁷（又稱樓上書店）的代表之一。比起環境整潔明亮、內部精心打造的誠品書店，通往樂文書店的樓梯狹窄陳舊，走廊上貼著各式書籍海報，顯得更貼近市井。該店開幕於 1973 年，是香港最早引進臺版書的書店；店內標示著臺版書 7 至 9 折、港版書 8 至 9 折，以相對便宜的價格吸引愛書人，有報導指稱樂文書店門口的折扣告示，已經成為香港的「文化符號」，反映書市寒暑。

樂文書店全店空間擺滿各式書籍，和近年講求設計的

書店迥然不同，除了圖書以外沒有其他裝飾，頗有些臺灣早年社區型書店或溫羅汀獨立書店的熟悉感。樂文書店選書以文史藝術為主，臺灣文學雜誌如印刻、聯合文學亦有陳列，兼及相關旅遊、社會科學類書籍，新書不少，頗貼近臺灣出版市場脈動。

與香港購書人攀談，購書人表示誠品書店的精緻文化氣息、與二樓書店的歷史記憶，二者都無法割捨，且兩處亦有不同的書種，故平時會考量進貨速度及價格選擇在何處購買，或許是此種差異性，構築了大型連鎖書店與二樓書店共生的香港書店生態系。



圖 12：一切為了書本的樂文內部

⁷ 二樓書店：又稱樓上書店，泛指非位於一樓店面或商場內的書店，是香港的閱讀文化之一。這種書店通常設於唐樓之內，原因是租金較便宜。

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%8C%E6%A8%93%E6%9B%B8%E5%BA%97>

(三) 三聯書店（灣仔文化生活薈）

不同於來自臺灣的誠品書店、香港土生土長的樂文書店，三聯書店由活躍於中國文化界的生活書店、讀書出版社和新知書店於 1948 年在香港合併成立，現為聯合出版集團有限公司成員，是為香港主要連鎖書店之一，並已發展為結合出版、零售及文化服務之多角化經營的文化機構。「三聯書店·灣仔文化生活薈」2016 年開幕，為匯集閱讀、休閒、親子同樂等概念的綜合型分店，店面共 4 層樓（1 樓僅有櫥窗及電子展示



圖 18：「國版圖書」專區

板)，藏書超過八萬冊，以人文社科、商管投資、生活風格及兒童讀物為主，並設置文創商品專區；每月並舉辦講座及新書發佈會、作者分享會、工作坊等文化活動。香港書展期間，三聯書店亦配合書展舉辦折扣活動，期能搭上每年夏季最大的閱讀熱潮。

觀察店內，閱讀、購書、購買文創商品、親子共讀者皆有之，複合式書店之經營概念、具備設計感之室內裝潢擺設，不禁讓人聯想起臺灣聞名世界的誠品書店，惟灣仔文化生活薈單層樓地板面積較小，空間配置稍嫌擁擠，少了些誠品書店的閒適，反而更接近樂文書店摩肩擦踵的香港風格。然而與更接近臺灣獨立書店的樂文書店不同，三聯書店畢竟是「三中商書店⁸」之一，書籍陳設除了文學、翻譯文學、歷史、科學、童書、生活……等常見分類，另有稱為「國版圖書」的中國簡體字書籍專區，「國版」之名可說宣示主權意味濃厚；法學書籍專區平躺的「中華人民共和國香港特別行政區基本法」，似乎也彰顯著三中商書店實為中國政府所有的身份，故「在中國境內敏感的『禁書』從三中商絕迹，一些批評政府、有關社會運動的書籍，亦不容易在此找到⁹」。

⁸ 指三聯書店、中華書局與香港商務印書館，三間書店的母公司聯合出版集團，由中聯辦透過另一間公司全資擁有，故三中書店可謂實質政府書店。中聯辦即「中央人民政府駐香港特別行政區聯絡辦公室」，是中華人民共和國中央人民政府（國務院）在香港特別行政區的代表機構。

⁹ 請認清「三中商」書店的幕後老闆——中聯辦，2018/05/29，<https://hk.thenewslens.com/article/96620>

四、書展的觀察

(一) 臺版書參展的優、劣勢

1、 同為繁體及書種、內容選題的優勢

據曾在臺、港兩地工作之書店業者表示，香港每年出版量約為臺灣的 3 成，絕大多數為自製書，翻譯書的版權多在臺灣，且香港高額的成本，也增加了出版及翻譯的門檻，加以香港和臺灣皆使用正體中文，臺灣翻譯書種類多，與港版書頗有互補作用¹⁰。臺灣圖書甚受港人喜愛，此可從臺灣作家幾米、龍應台等多位受邀演講，無論是臺灣業者展區或香港當地代理商(或進口商)展區，均可見好幾大落臺灣作家或暢銷榜作品，以及當地多家業者展位或通路亦常見臺灣翻譯出版品，如：丹·布朗《起源》、村上春樹《刺殺騎士團長》及東野圭吾系列作品等而可見一斑。

書展期間香港輿論憂心香港自由出版日漸萎縮及自我審查，反觀臺灣一年出版新書約 4 萬種，並具有自由、開放出版特色，對香港或大陸讀者而言，成為提供多元出版的不同選擇；此外，香港書展 3 館「兒童天地」佔地約為台北國際書展世貿 3 館「兒童館」的 2 倍以上，所銷售圖書中臺版書亦佔不少，少子化趨勢下，父母對兒少圖書之消費愈來愈偏向選購高素質書籍，臺灣繪本童書向來具有結合東方傳統思維及西方藝術表現的優勢，在同為華人社會的香港，應為可積極開拓之市場。

2、 展位位置相對劣勢

由於臺版書在香港具吸引力，國內業者不僅具有參展能力者自行參展，各公協會亦組團參展；惟展位不足、位置欠佳係由來已久的問題，本部自 102 年來即透過與香港貿易發展局溝通，及公協會團體直接向香港貿易發展局反映等方式設法改善，但囿於香港書展展位高度競爭及分配方式採「資歷制」等緣故，仍未有顯著改善，即使爭取到展位，亦常為 3 館之人流動線不利展區。本次參展於拜會香港貿易發展局時，該局展覽事務高級經理林國駿表示，希未來文化部持續協（補）助業者參展，而我方及業者團體均積極向香港貿發局爭取 1 館較有利展位及增加展位數量。

其次，因香港書展場租、佈置及人力等成本較高，為求參展經濟效益，國內參

¹⁰ 走進香港書店：你不知道的港台大不同 / Openbook 閱讀誌，沈如瑩，
<https://www.openbook.org.tw/article/p-345>

展業者所展銷具有市場導向圖書難免部分重疊，甚至與香港當地代理商（或進口商）亦重疊；惟因多數香港當地業者多以 7 折銷售，部分臺灣業者展位位於 3 樓區域，致開展未久即面臨價格既互相競爭且合作的壓力。

（二） 書展現場的觀察

1、 人流控管

香港書展參觀人次逾百萬，動線規劃及人流管理得宜與否，直接影響場內動態及民眾滿意度。由於場館僅開放單一出入口，主辦單位除於展管附近通道佈置大量分隔設施、僱用大批人力導引，



圖 13：排隊由特快入口進場的隊伍

並將入口及分為特快¹¹、團體及一般民眾，且以三種顏色區分，力求順利消化人流。持一般票卷民眾僅可單次進出，此方式可有效控制人流，然場內餐廳和休息區有限，主辦單位雖於會場設置飲品及小吃攤位，並有數間價位不等之餐廳可供選擇，但由於場內小吃及飲品售價高於場外、且休息區域有限，偶爾可見民眾於展場席地而坐、食用自行攜帶之餐點，不僅有礙觀瞻且阻礙進出，使場內更形擁擠。

2、 大數據分析

觀眾入場需經工作人員掃描入場證之 QR code，可全面以電腦程式統計出入人次，提升資料準確性，符合大數據時代之統計需求。倘香港書展日後開放當日可重複入場，亦可使用大數據分析顧客重複入場率，作為人流控管及銷售策略參考。惟即便參展商反應本年度香港書展參觀人潮似不如以往，主辦單位公佈之數據仍連年上升，透過入場證所得大數據的真面目仍只作為主辦單位內參資料。

¹¹ 可使用「特快」入口者，除持貴賓證及參展商證者，另有持「超級書迷證」的參觀民眾，此種票卷需於展覽開幕前購買，要價 80 港幣（一般票卷只需 25 港幣），可於書展期間無限次數入場，並可使用特快通道；其餘一般票卷除主辦方另有規定，只能單日單次進出。

3、 展位佈置

本年度大部分展位依舊以販售為主、設計精簡或闕如，惟部份持續佔據入口攤位的大型出版集團如：香港商務印書館、三聯集團等投入較多成本吸睛；香港城市大學佈置得有學術



圖 14：「三中書店」之一的商務印書館攤位

氛圍；中國浙江出版聯合集團展位具地方文化特色；某些非出版品展位亦精心佈置。此現象體現香港書展內大型參展商較有財力與意願以佈置吸引來客，其餘展位多以銷售為主要目的；每年的中國單一省份展位，介紹省份特色重於銷售，故也較為注重展位佈置。因香港書展展位費高昂，且當地物價偏高，佈置所需輸出、材料、運費、人工皆所費不貲，倘參展單位判斷成本難以回收，自然降低佈置意願。

三樓童書區則不乏大手筆的醒目裝飾，多半為吸引孩童注意的鮮艷色彩或燈飾，甚至有出版商將展位打造成旋轉木馬外觀，搭配醒目的霓虹燈，走過路過不易錯過。由於少子化使家長願意投注較多資源於孩童教育，書展展期定於暑假更便於闔家參觀，三樓童書館向來是香港書展人流集中處，出版社銷售情形火熱，更願意投注成本於展位佈置；童書區與非童書書雖然呈現不同風貌，背後體現的商業操作其實趨於一致。

4、 網路體驗

會展中心設有免費 wifi 無線網路，補足書展現場因網路使用者過多，手機網路收訊不良之現象，間接提升民眾對書展印象，延長滯留時間，促進後續消費行為。惟經實地測試，場內無線網路速度極慢，似無法帶來應有效益，需提升頻寬始能帶給民眾良好無線網路體驗。又，如可提升網路品質，主辦單位可考量將參展書目雲

端化，民眾需查詢書目時，不一定要使用主辦單位於會場設置的書籍搜尋機¹²，只需從手機連結書展網頁；或主辦單位可考量製作書目 app，便利查詢並充分發揮參展書目之功能。

5、活動場地

展場內許多文化活動皆非於展售現場舉辦，而是移至 3 樓三館展區外大會堂前廳、甚至 4 樓會議室，遠離書展人潮。主辦單位或許考量參展單位眾多，會場內空間應盡量出租以滿足業者需求，然將書本與活動分離，淡化了兩者相互吸引的鏈結，不僅無法吸引路過民眾，也降低參觀活動民眾回頭購書之意願。



圖 15：三館展區外「新書推介會」活動區

(三) 書展相關議題

1、書展主題：

香港文學生活館總冊展人、作家鄧小樺指出，「2011 年起，香港書展設有年度作家，而作家多為嚴肅作家，書展為其作大型的展覽，認識其生平、作品、主題、風格、脈絡，並配合系列講座向大眾闡釋。……2016 年有所改變，書展由當年開始不設年度作家，並轉向以類型文學為展覽主題（列舉十名作家），走向流行¹³。」

經瞭解，香港書展 2016 年年度主題為武俠文學、2017 年為旅行文學，以類型文學為主題之優勢，為可納入多位作家，避免單一作家可能只吸引固定客群的問題；然當該類型作家眾多，或公認具代表性作家人數較少時，如何取捨便成難題，

¹² 主辦單位於會場設置書籍搜尋機，可輸入書名、作者、ISBN 或出版社搜尋所欲書籍。書籍資料乃參展單位報名時繳交給主辦單位，亦公開於香港書展官方網站。惟經實地使用，有登記之書目能確實顯示，然許多參展單位因參展書目過多、整理不易，並未繳交書單，使得查詢機無法充分發揮作用。

¹³ 2018 香港書展：吃老本做壞香港名頭，對誰有好處？，鄧小樺，<https://theinitium.com/article/20180718-culture-hkbookfair/>

如本屆香港書展未選擇 90 年代紅極一時的張小嫻¹⁴，即引起廣大討論。又，主辦單位雖選擇年度主題，於走廊設置作家文物展示專區，及相關作品販售專區，然該處並非參觀民眾必經之動線，無法吸引人潮；演講、座談等文化活動又多半在遠離展售會場的三、四樓舉行，難收帶動購書行為之效。

2、閱讀推廣：

香港特區現任行政長官林鄭月娥於書展開幕致詞指出：

「……香港書展的其中一個特色，是活動並不局限於會場之內，而是伸延至整個香港。貿發局與不同機構合作舉辦「文化七月·悅讀夏季」，在全港十八區舉行一連串文化活動，推廣香港的閱讀風氣。……在未來五年會增撥兩億元讓康樂及文化事務署（康文署）推廣閱讀文化，其中包括加強與教育局協作……以及為公共圖書館注入新動力、深化與本地作家和出版界的合作，和擴大外展借閱服務等。……會在今年九月開始的新學年，動用每年四千八百萬元，為公營中小學提供新的經常性津貼，用來購買圖書及舉辦不同形式的校本閱讀活動……」

可見香港政府之閱讀推廣政策，一為以文化活動推廣閱讀，二為閱讀與教育單位密不可分，正努力串連閱讀與書展、文化活動、公共圖書館及基層教育機構。

¹⁴ 【書展 2018】推薦 10 位愛情文學作家欠缺張小嫻 貿發局：不評論，
<https://www.hk01.com/%E7%86%B1%E7%88%86%E8%A9%B1%E9%A1%8C/212488/%E6%9B%B8%E5%B1%952018-%E6%8E%A8%E8%96%A610%E4%BD%8D%E6%84%9B%E6%83%85%E6%96%87%E5%AD%B8%E4%BD%9C%E5%AE%B6%E6%AC%A0%E7%BC%BA%E5%BC%B5%E5%B0%8F%E5%AB%BB-%E8%B2%BF%E7%99%BC%E5%B1%80-%E4%B8%8D%E8%A9%95%E8%AB%96>

經檢視本部政策工具，對生產端、通路端及消費端皆有所著墨，試圖由不同面向活化出版產業生態系整體，「青年創作補助作業要點」為培育國內文學創作新秀、提升臺灣文學創作能量；「推廣文學閱讀及人文活動補助作業要點」旨在推廣閱讀及臺灣文學創作、行銷，營造良好藝文發展環境，提倡人文思想及文化平權理念，提升國民人文素養，及促進多元文化發展，試圖充實上游出版端同時促進下游消費端提升閱讀習慣；「中小學生優良課外讀物推介評選活動」由各界專家精選讀物，以拓增養成國內閱讀人口，提升兒童、少年及青少年閱讀視野及興趣。就香港政府目前尚未著墨之數位出版領域，本部「輔導數位出版補助作業要點」力圖由鼓勵出版單位發行數位化書籍及尋找創新營運或數位閱讀模式，以擴大數位出版源頭，促進出版產業轉型升級。較之於香港偏向閱讀推廣，本部政策工具擴及創作層面，更廣泛而試圖由源頭為我國閱讀文化注入活水。

3、村上春樹限制級事件：

根據香港媒體報導「書展期間，香港淫褻物品審裁處（簡稱『淫審處』）將日本作家村上春樹的小說《刺殺騎士團長》，暫評為第二類不雅物品，出售時要包上膠套及附上警告字句

15。」

香港之第二級（不雅）物品相當於臺灣之限制級，不得向 18 歲以下人士發布，須用封套密封，並標示法定警告語「警告：本物品內容可能令人反感；不可將本物品派發、傳閱、出售、出租、交給或出借予年齡未滿 18 歲的人士或將本物品向該等人士出



圖 16：誠品書店陳列的《刺殺騎士團長》

15 你所不知道的香港書展，折射多元化光譜，亞洲週刊，<http://trad.cn.rfi.fr/20180804-%E4%BD%A0%E6%89%80%E4%B8%8D%E7%9F%A5%E9%81%93%E7%9A%84%E9%A6%99%E6%B8%AF%E6%9B%B8%E5%B1%95%EF%BC%8C%E6%8A%98%E5%B0%84%E5%A4%9A%E5%85%83%E5%8C%96%E5%85%89%E8%AD%9C>

示、播放或放映。」與《刺殺騎士團長》同被列為不雅物品的出版物為《龍虎豹》，此為香港著名之色情雜誌，輿論對世界公認之文學作品被與色情雜誌相提並論感到不滿，「這項決定惹來猛烈批評，多間出版社七月二十一日發起聯署抗議，要求淫褻物品審裁處交代審裁理據和撤回上述評級，已有二千一百多人簽名。香港多名作家也以各種形式作出抗議。(出處同為註腳 12)」

該作品被列為二級之原因眾說紛紛，包括淫審處僅就性愛描寫評斷作品、並未考量作品整體文學脈絡，亦有報導推斷可能與政治事件有關。由於香港書展只能展售第一級（既非淫褻亦非不雅）物品，此事件間接影響書展部份參展商銷售量，臺灣業者未來參展時對於參展作品亦須留意此議題及香港政府相關規定之後續發展。

肆、建議事項

一、立即可行建議

(一) 持續支持業者參加香港書展，市場取向與文化交流併進

香港仍以閱讀正體中文為主流，臺灣圖書所具有之書種選題豐富及翻譯品質精良等優勢，從書展現場、連鎖書店及 2 樓書店等陳列書籍，處處可見臺版書，可看出香港出版市場依賴臺灣提供或彌補部分選題書籍之不足，長期以來是我國圖書外銷的主要市場，也是我國出版業積極爭取之地。因應近年來正、簡體字在華文出版市場的競爭，應在現有優勢基礎上，持續支持業者拓展香港市場。

香港書展是香港每年夏季最重要的文化活動，也是香港民眾一年一度的購書時機，對於香港本地業者及臺灣業者的營收均佔有重要比例，不僅是創造經濟利益的時機，也是與香港、大陸地區讀者進行文化交流的時機；惟因香港書展展位有限，展位裝修設計、現場人員及運費等負擔相對較高，對於無法獨立設展之業者，政府宜予協助支持業者參加，可依據研議完妥後之「海外參展補助作業要點」，輔導出版業者共同組團，加強協調參展業者，市場取向及文化推廣兼俱及取得平衡，以臺灣品牌國家隊形象參展，政府則視參展規劃情形予以經費補助。

(二) 推動參展業者強化主題策展及整體設計

香港書展參展展位相對較劣勢之現狀既短期內尚難立即改善，則須推動參展業者強化主題策展及整體設計，在香港書展採取價格戰之外的方式異軍突起。

臺灣業者參加香港書展，歷來均由自主設展業者與公協會所徵集參展業者等聯合參展，以銷售導向之商業性為考量，各出版公協會雖為統籌單位，實際角色僅在協助聯絡及處理庶務工作，倘各參展單位未達成共識，亦難以統籌展示內容及整體展位設計。今年參展的 3 個出版公協會首次嘗試於公協會展位使用相同的主視覺，試圖讓香港書展參觀民眾更明確識別「臺灣出版人專區」，主視覺以外部份皆由公協會、自行參展業者獨自處理；雖然與香港書展其他展位相較，本屆臺灣展位並未遜色，然因缺乏策展概念，吸引力遠不及去年獨立出版、文學出版及獨立書店聯合參展的展位。

書展既為「展覽」，本質理應包含「展示」，而非單純售貨的賣場，且書籍為承載文化意涵的特殊商品，使得「書展」的定位有別於一般展覽。本部應持續輔導獲補助單位

精進策展規劃，並能及早與參展同業先行協調、建立選書機制、建構整體視覺設計，讓臺灣出版人專區成為香港書展中不可替代的文化亮點。

(三) 鼓勵活用網路、新媒體，並增加場內亮點活動

參展業者指出，或許因兩岸政治情勢不穩，本次香港書展香港媒體似乎冷處理臺灣展區整體報導。未來除輔導業者積極將吸引媒體目光的題材導入展會，並應鼓勵參展單位活用網路及社群媒體等現代宣傳方式，跨越傳統媒體之藩籬。另，有多年參展經驗的業者表示，書展會場人潮眾多時，通道將擠得水洩不通，不適合在會場舉辦活動，或為目前香港書展活動多於三、四樓遠離會場處舉行的理由；然業者同樣觀察到現場人流不如往年，故如何吸引並留住參觀民眾，亦成為規劃參展應思考之議題，如：配合書展年度主題規劃作家見面會、座談、講演、影像播放等相關活動，並應充分運用大會所提供之公共場地（如兒童天地活動舞台、3樓新書發表會活動區）辦理，及早策畫活動內容及規劃登記場地，透過講者與觀眾互動拉近彼此距離，也促進購買意願，拉抬整體銷售情形。

(四) 持續支持獨立書店及獨立出版團體海外參展及國際交流¹⁶

我國獨立書店、獨立出版一向關係密切，不只出版銷售書籍，更是聚集志同道合人士以傳播理念、討論議題、推廣價值的場域，充滿多元文化的無限可能性。本屆獨立書店、獨立出版雖未單獨報名參展，然獨立出版聯盟與中華民國圖書出版事業協會合作，負責臺灣出版人專區之「讀字臺灣」展位，以多元獨特的選書、有限預算下清新脫俗的佈置，依舊吸引參觀民眾，仍是書展內發揚臺灣文化的重要場域。

建議持續扶助獨立出版與獨立書店創造出版文化多樣性，並持續支持國內獨立書店、獨立出版團體辦理閱讀推廣及國際交流活動，如能於書展期間結合參展規劃具臺灣人文特色之展示空間，以及辦理經驗交流活動，期能充分發揮獨立書店作為社區營造文化中心，甚至國際性人文交流據點的作用，以及進一步提升獨立出版宣揚臺灣文化價值的功能，並以「華語地區最自由開放的出版文化」優勢，拓展海外華語市場。

¹⁶ 黃文宣（民 104），〈「第 22 屆北京國際圖書博覽會」考察報告〉

二、中長程建議

(一) 爭取較佳區位及降低展位費用

參展業者指出，香港書展展位費年年攀升，主辦單位所公佈的參展人數亦逐年增加，然書展現場觀察到的人流卻不及主辦單位聲稱，且展位中非屬出版業的比例逐漸增加，年度主題似乎也未達成提升文化氛圍或促進買氣的效用，香港書展所採取的策略能帶來何種成果，尚有待觀察。

本年度香港書展一館之臺灣業者僅獲得展館最後方展位。臺灣出版單位參加香港書展多年，展區配置仍囿於主辦單位分配機制所採「資歷制」而仍未獲得理想改善，且展位費用節節高升，後續仍宜持續經營與香港貿發局之聯繫管道，並適時協助業者向主辦單位溝通爭取。

(二) 持續觀察香港書展之展後發展，並導引業者重新思考參展策略

本屆書展期間即引起香港藝文界討論香港書展定位、年度主題及轉型發展，以及香港出版自由文化氛圍的流失等，據香港文學生活館總冊展人、作家及文化評論人鄧小樺觀察，香港書展近年主題側重流行文學（如今年的愛情文學），或許是想招攬更多來客，然出版市場已然改變，流行文學不見得能發揮主辦單位預計的效用，亦擔心香港書展「……勢將失去在亞洲區的帶領地位……今年深圳同期舉行圖書博覽會，以服務產業的形態，已經把台灣書商吸引過去，香港只是過境踏腳石；這幾年的馬來西亞書展，立意做出品牌，禮待嚴肅文學，許多書商也都被吸引過去……」，可見香港書展在亞洲的地位正在被重新定義，昔日香港書展對中國民眾最有吸引力的亮點儼然已經黯淡。

然亦有參展之臺灣業者指出，香港書展的本質是「銷售型書展」，與逐漸演變為文化傳播場域、出版社參展目的在於提升形象的台北國際書展不同，香港書展每年可貢獻的銷售額遠大於台北國際書展，且臺灣出版品品質與多元性仍高於香港、中國出版品，精緻的童書更有廣大市場，故香港書展仍為業者選擇參加的重要亞洲書展。因此，如何在香港書展內注入臺灣文化，並維持或提高銷售成績，乃是本部與臺灣參展業者共同思考的課題。